vinetur

Mi CAMPO Tequila fait progresser de 51 % ses ventes aux points de vente aux États-Unis au deuxième trimestre de l’exercice de Constellation

La hausse a contribué à faire progresser de 10,2 % les ventes de vins et spiritueux de Constellation et permis au segment de renouer avec les bénéfices trimestriels.

mercredi 7 octobre 2026



Mi CAMPO Tequila a enregistré une hausse d’environ 51 % sur un an des ventes réalisées par les distributeurs auprès des points de vente aux États-Unis au deuxième trimestre de l’exercice 2027 de Constellation Brands. La marque a ainsi figuré parmi les plus fortes progressions du portefeuille de vins et spiritueux du groupe pour la période close le 31 août.

Constellation a communiqué ce chiffre dans ses résultats publiés le 6 octobre. Dans le secteur des boissons, les « depletions » désignent les ventes des distributeurs aux détaillants et autres points de vente, et non les achats des consommateurs en caisse. Le groupe a indiqué que cette progression avait largement contribué à la hausse de 10,2 % des ventes aux points de vente de son activité vins et spiritueux au cours du trimestre.

Le segment vins et spiritueux s’est également amélioré selon d’autres indicateurs. Les expéditions ont augmenté de 15,4 %, à 1,5 million de caisses de neuf litres, tandis que le chiffre d’affaires net a progressé de 17 %, à 159,4 millions de dollars, contre 136,0 millions un an plus tôt. Le résultat opérationnel du segment est redevenu positif, avec un bénéfice de 6,1 millions de dollars, contre une perte de 19,8 millions au même

trimestre de l’année précédente.

Constellation a indiqué que la progression des ventes aux points de vente du segment était principalement portée par Kim Crawford, en hausse d’environ 11 %, et Mi CAMPO, en hausse d’environ 51 %. Le groupe a également précisé que son portefeuille de vins et spiritueux avait dépassé les performances de l’ensemble de la catégorie en valeur et en volume dans les circuits américains suivis par Circana au cours du trimestre, signe que ses marques ont gagné du terrain par rapport au marché dans son ensemble.

Le chiffre de Mi CAMPO retient l’attention, car la tequila reste l’une des catégories de boissons alcoolisées les plus suivies aux États-Unis. Les fournisseurs se disputent des parts de marché alors que la croissance s’est révélée plus inégale dans certaines branches des spiritueux. Une progression de cette ampleur suggère que la marque étend sa distribution, améliore ses ventes aux points de vente, ou les deux, même si Constellation n’a pas détaillé les raisons de cette hausse dans ses documents.

Le groupe n’a pas communiqué de volume absolu pour Mi CAMPO, mais uniquement le pourcentage d’évolution sur un an. Les informations publiées ne permettent donc pas de convertir la hausse de 51 % en nombre de caisses vendues. Constellation présentant ses résultats pour les vins et spiritueux sur une base regroupée, les données trimestrielles d’expéditions, de chiffre d’affaires et de résultat opérationnel ne peuvent pas être attribuées spécifiquement à Mi CAMPO ou à la seule tequila.

Les informations communiquées par Constellation placent Mi CAMPO parmi les principaux contributeurs au redressement d’un segment plus modeste et moins rentable que son activité bière. Si cette dernière reste de loin la plus importante, le dernier trimestre a montré une amélioration plus marquée des vins et spiritueux, portée par la hausse des volumes et une structure de coûts plus favorable. La marge opérationnelle du segment vins et spiritueux a atteint 3,8 % au trimestre, contre -14,6 % un an plus tôt.

Au cours du premier semestre de l’exercice 2027, Constellation a fait état d’un chiffre d’affaires net de 308,6 millions de dollars pour les vins et spiritueux. En données organiques, qui tiennent compte des cessions antérieures, le groupe a indiqué que le chiffre d’affaires net du segment avait progressé de 12 % et les expéditions de 11,5 %.

Les ventes aux points de vente ont augmenté de 8,7 % sur le semestre.

Constellation, groupe basé aux États-Unis qui commercialise de la bière, du vin et des spiritueux, a indiqué que ses prévisions pour l’exercice 2027 tablent sur une croissance organique du chiffre d’affaires net de son activité vins et spiritueux comprise entre -1 % et 1 % sur l’ensemble de l’année. Les résultats du deuxième trimestre, dont la hausse de 51 % des ventes aux points de vente de Mi CAMPO, dépassent donc les attentes actuelles du groupe pour le segment sur l’ensemble de l’exercice.